消費者目線を意識して一人でも多くの方に「愛」を込めたサービスを。

特別インタビュー
三浦佳子氏
消費生活コンサルタント

節電が求められる今こそ家電量販店の役割はさらに大きく

消費生活においては「省エネ」や「節電」は大きな関心事です。省エネや節電とは深い関係のある電気製品を販売する家電量販店の役割はますます大きくなるものと考えています。店舗に置かれている商品には省エネ性能などを表すラベルが貼られており、お客さまは基本的な情報を知ることはできますが、それだけでは十分とはいえません。販売員がラベルの内容などを分かりやすく説明し、その商品の優れている部分や特性、デメリットにいたるまでお客さまに伝えていただきたいのです。また、掃除機やエアコンのフィルターなど家電のお手入れをすることでエネルギーのロスが減らせ省エネができるなど、有益な情報をしっかりと伝えられるような積極的なコミュニケーションをすることも求められます。

これだけネット通販も浸透する中、お客さまがわざわざ店舗に訪れる目的として、販売員から直接情報を聞き出してより良い商品を探したい、自分にとってメリットがあるのか知りたい、といったことがあると思います。だからこそ、販売員はお客さまとのコミュニケーションを通じて家族構成やライフスタイル、要望などをよく理解して的確なご提案をすることが肝要です。

上新電機は家電製品アドバイザーの資格をお持ちの社員が多く、顧客リストも上手に活用されているので、かゆいところに手が届くサービスを実践されていると感じます。店内にあるパンフレットなども置いたままにせず「こういう冊子がありますので、ぜひお持ち帰りになってご覧いただき、わからないことはご相談ください」とひと声かけ、欲している情報を察知する心づかいなども重要です。

省エネや節電についても、物事は捉え方次第という部分があります。節電は、ややもすれば“我慢”を強いられるというネガティブな印象になりがちですが、発想を転換して家族で誰が一番節電できたか“みんなでエネルギーを大事に使おう”とポジティブに考えることがポイント。一人ひとりのちょっとした努力、たとえば冷蔵庫の開け閉めの回数を減らす、詰め込みすぎをなくす、冬場は洋式トイレの温水便座の蓋を必ず閉めるなど、小さな行動の積み重ねが大きな効果になります。このようなご家庭での省エネ・節電行動のご相談相手にもなっていただきたい。そのためにもスキルの高い接客コミュニケーションを大切にしてほしいと思います。

企業と消費者でつくる「安全」そして「信頼」こそが安心の柱に

家電製品をはじめとした機械類は、時間とともに劣化を起こすものであり使い方によっては危険を伴います。万が一の事故を防ぎ安全に家電製品を利用するためには、消費者基本法にもあるとおり、他人や企業に頼るのではなく、消費者一人ひとりが自立した意識を持ち、たとえば積極的に情報を収集するといった能動的な姿勢が大切です。自分で選んで購入したものに対してしっかりと責任を持ち、気をつけて使っていくことが自分や家族の安全を守ることにもつながるのです。

基本的に人間が作るものに100%安全なものはありません。メーカーの努力があっても設計や製造時でのミスは起こりえますし、大量に生産する商品では不良品も発生します。「自分の使っている製品に限って事故は起きない」「自分だけはミスをしない」といった思いこみや過信をしないことが大切です。今は取扱説明書もわかりやすくなっているので、しっかりと読んで内容を理解することも大切ですね。

また、安全は製品のデータやエビデンスである程度数値化できますが、安心というものは10人いれば10通りの考え方があるなど、人によって異なります。安全な商品だからすべての消費者が安心できるということではないんですね。メーカーや販売店がともに努力を重ね、消費者から信頼されて初めて、安心をお届けできるのです。だから、安心というのは「安全 × 信頼」の先にあるものだと考えています。

平成24年5月25日 都内ホテルにて（右：上新電機株式会社 CSR推進室 名畑室長）

デジタル化が進む時代こそ心からのサービスが求められている

上新電機はネット通販もされていますが、たとえば高齢者の中には情報が欲しくてもインターネットを使えないという方もいます。高齢社会になり家電製品の悩みを抱えるお客さまも多いと思いますが、そういった方たちに対しても、求められる情報をきちんと伝えられるか否かがサービスの質を左右します。地域社会に密着した電気店などは、家電製品の販売だけではなく身の回りのお困りごとのサポートも行うなど、量販店にはできないきめ細かいサービスを行っています。そういう意味では、上新電機のホームメンテナンスサービスはとても良い活動なのでさらに推進していただければと思います。家電量販店は価格ばかりが重要視されがちですが、強みであるアフターサービス等を充実させ、伸ばしてほしいと思います。上新電機は製品安全対策優良企業表彰 経済産業大臣賞を連続受賞されています。今後もサービスの向上に期待しています。

高齢者の中には太陽光発電など仕組みがわからない方も多く、そこにつけ込んで高額な商品を販売することによるトラブルがあったり、軽い認知症の方への接客や電話応対時にコミュニケーションがスムーズにいかないなどの問題も起こります。こうしたお客さまにはマニュアル一辺倒ではなく特にきめ細かく説明して、納得してもらえることを第一に取り組んでほしいですね。

今後のJoshinへメッセージ

上新電機の社是である「愛」。私自身、愛という言葉がとても好きで、深いものだと思います。これからも愛を大切にして消費者と向き合い「うちはずっとジョーシンだから」と信頼していただける企業をめざしてください。家電製品の販売にとどまらず、心から安心できるサービスをお届けできる業界のリーディングカンパニーになってほしいと思います。

三浦佳子氏 Profile

消費生活コンサルタント。横浜市生まれ。短期大学卒業後、財団法人日本視聴覚教材センター企画室長。平成15年に財団法人日本消費者協会広報部長。現在は社団法人日本冷凍食品協会の広報部長を務める。経済産業省「製品安全対策優良企業表彰」審査委員、エネルギー調査会委員、総務省情報通信審議会専門員（地上デジタル放送推進検討委員会）、他に厚生労働省、文部科学省などの委員として幅広く活動。